

2019-2025年中国电动观光 车行业前景研究与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2019-2025年中国电动观光车行业前景研究与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/P289412A5U.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

电动观光车又叫观光电动车，是属于区域用电动车的一种，可分为旅游观光车，小区看房车，电动老爷车，小型高尔夫车。是种专为旅游景区，公园，大型游乐园，封闭社区，校，代步专用的环保型电动乘用车辆。 2011-2016年中国电动观光车行业产销率情况 资料来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国电动观光车行业前景研究与市场全景评估报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 电动观光车概述 1

第一节 电动观光车定义 1

第二节 电动观光车行业发展历程 1

第三节 电动观光车分类情况 2

第四节 电动观光车产业链分析 3

一、产业链模型介绍 3

二、电动观光车产业链模型分析 5

第二章 2015-2017年中国电动观光车行业发展环境分析 6

第一节 经济环境分析 6

一、中国GDP分析 6

二、固定资产投资 8

三、城镇人员从业状况 14

四、恩格尔系数分析 15

五、2019-2025年中国宏观经济发展预测 17

| | |
|----------------------------|----|
| 第二节 政策环境分析 | 20 |
| 一、产业政策分析 | 20 |
| 二、相关产业政策影响分析 | 21 |
| 三、进出口政策分析 | 24 |
| 第三节 社会环境分析 | 24 |
| 一、人口规模分析 | 24 |
| 二、年龄结构分析 | 26 |
| 三、学历结构分析 | 27 |
| 第四节 电动观光车行业发展的“波特五力模型分析 | 28 |
| 一、行业内竞争 | 28 |
| 二、买方侃价能力 | 28 |
| 三、卖方侃价能力 | 29 |
| 四、进入威胁 | 29 |
| 五、替代威胁 | 29 |
| 第五节 2016年中国电动观光车行业的季节特征分析 | 29 |
| 第六节 影响电动观光车行业发展的有利和不利因素分析 | 30 |
| | |
| 第三章 2017年中国电动观光车行业总体发展现状分析 | 31 |
| 第一节 中国电动观光车行业规模情况分析 | 31 |
| 一、行业单位规模情况分析 | 31 |
| 二、行业人员规模状况分析 | 31 |
| 三、行业资产规模状况分析 | 32 |
| 四、行业市场规模状况分析 | 33 |
| 五、行业敏感性分析 | 33 |
| 第二节 中国电动观光车行业产销情况分析 | 34 |
| 一、行业生产情况分析 | 34 |
| 二、行业销售情况分析 | 35 |
| 三、行业产销情况分析 | 35 |
| 第三节 中国电动观光车行业财务能力分析 | 36 |
| 一、行业盈利能力分析与预测 | 36 |
| 二、行业偿债能力分析 | 36 |
| 三、行业营运能力分析 | 37 |

四、行业发展能力分析 & 预测 38

第四章 2017年年中国电动观光车生产情况分析 40

第一节 2014-2017年中国电动观光车产量统计分析 40

第二节 2017年中国电动观光车行业产销率与产品库存分析 43

一、中国电动观光车行业产销率分析 43

2011-2016年中国电动观光车行业产销率情况 资料来源：公开资料整理

二、中国电动观光车产品库存分析 45

第三节 2017年中国电动观光车区域市场规模分析 46

一、华东地区市场规模 46

二、华南地区市场规模 48

三、华中地区市场规模 51

四、华北地区市场规模 54

五、东北地区市场规模 57

六、西部地区市场规模 59

第四节 2019-2025年中国电动观光车产量预测 62

第五章 电动观光车地区销售分析 64

第一节 电动观光车各地区对比销售分析 64

第二节 电动观光车北京地区销售分析 65

一、“规格”销售分析 65

二、厂家销售分析 65

第三节 电动观光车上海地区销售分析 67

一、“规格”销售分析 67

二、厂家销售分析 67

第四节 电动观光车广东地区销售分析 69

一、“规格”销售分析 69

二、厂家销售分析 69

第五节 电动观光车四川地区销售分析 71

一、“规格”销售分析 71

二、厂家销售分析 71

| | |
|--------------------------------|-----|
| 第六章 电动观光车国内产品价格走势及影响因素分析 | 73 |
| 第一节 2017年国内产品价格回顾 | 73 |
| 第二节 国内产品当前市场价格及评述 | 73 |
| 第三节 国内产品价格影响因素分析 | 74 |
| 第四节 2019-2025年国内产品未来价格走势预测 | 75 |
| 第七章 2019-2025年中国电动观光车行业进出口市场评估 | 77 |
| 第一节 2017年电动观光车行业进出口特点分析 | 77 |
| 第二节 2017年电动观光车行业进出口量分析 | 78 |
| 一、进口分析 | 78 |
| 二、出口分析 | 78 |
| 第三节 2019-2025年电动观光车行业进出口市场预测 | 79 |
| 一、进口预测 | 79 |
| 二、出口预测 | 80 |
| 第八章 电动观光车上游原材料供应状况分析 | 81 |
| 第一节 主要原材料 | 81 |
| 第二节 2017年主要原材料价格及供应情况 | 81 |
| 第三节 2019-2025年主要原材料未来价格及供应情况预测 | 102 |
| 第九章 电动观光车产业用户认知程度分析 | 108 |
| 第一节 电动观光车产业用户认知程度 | 108 |
| 第二节 电动观光车产业用户关注因素 | 108 |
| 一、功能 | 108 |
| 二、质量 | 108 |
| 三、价格 | 108 |
| 四、外观 | 109 |
| 五、服务 | 109 |
| 第十章 2017年年中国电动观光车行业消费者偏好调查 | 110 |
| 第一节 电动观光车目标客户群体调查 | 110 |
| 一、不同收入水平消费者偏好调查 | 110 |
| 二、不同年龄的消费者偏好调查 | 110 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 三、不同地区的消费者偏好调查 | 111 |
| 第二节 电动观光车的品牌市场发展现状分析 | 112 |
| 一、消费者对电动观光车品牌认知度宏观调查 | 112 |
| 二、消费者对电动观光车的品牌偏好调查 | 112 |
| 三、消费者对电动观光车品牌的首要认知渠道 | 113 |
| 四、消费者经常购买的品牌调查 | 114 |
| 五、电动观光车品牌忠诚度调查 | 114 |
| 六、电动观光车品牌市场占有率调查 | 115 |
| 七、消费者的消费理念调研 | 115 |
| 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析 | 116 |
| 一、价格敏感程度 | 116 |
| 二、品牌的影响 | 116 |
| 三、购买方便的影响 | 117 |
| 四、广告的影响程度 | 117 |
| 五、包装的影响程度 | 118 |
| | |
| 第十一章 2017年中国电动观光车相连行业旅游业发展现状分析 | 119 |
| 第一节 中国旅游业发展现状分析 | 119 |
| 一、中国旅游业发展的特点 | 119 |
| 二、中国旅游业进入快速发展时期 | 120 |
| 三、旅游业与环境的发展关系 | 120 |
| 四、旅游环境承载力研究分析 | 123 |
| 五、中国旅游业转型与产业政策选择分析 | 123 |
| 六、中国旅游收入构成分析 | 124 |
| 第二节 2017年中国旅游业发展分析 | 125 |
| 第三节 旅游资源开发中的经济学分析 | 126 |
| 一、旅游资源开发作为产品的经济学特征 | 126 |
| 二、旅游资源开发的效率机制 | 127 |
| 三、旅游资源开发中政府的合理定位 | 128 |
| 第四节 中国旅游业面临的挑战 | 130 |
| 一、中国旅游业发展仍然面临许多挑战 | 130 |
| 二、中国旅游业中存在的问题 | 130 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 三、中国旅游资源的产权问题分析 | 132 |
| 第五节 中国旅游业投资前景研究 | 132 |
| 一、中国当前旅游业发展的措施 | 132 |
| 二、中国旅游业发展中的策略 | 133 |
| 三、应构建中国现代旅游资源产权制度 | 135 |
| 四、中国旅游业持续发展需注意的问题 | 137 |
| | |
| 第十二章 2015-2017年中国电动观光车行业竞争格局分析 | 139 |
| 第一节 电动观光车行业的发展周期 | 139 |
| 一、行业的经济周期 | 139 |
| 二、行业的增长性与波动性 | 139 |
| 三、行业的成熟度 | 139 |
| 第二节 电动观光车行业历史竞争格局综述 | 140 |
| 一、行业集中度分析 | 140 |
| 二、行业竞争程度 | 141 |
| 第三节 电动观光车行业企业竞争状况分析 | 142 |
| 一、领导企业的市场力量 | 142 |
| 二、其他企业的竞争力 | 142 |
| 第四节 电动观光车行业国际竞争者的影响 | 143 |
| 一、国内企业的SWOT | 143 |
| 二、国际企业的SWOT | 144 |
| 第五节 2014-2017年我国电动观光车行业竞争格局展望 | 144 |
| | |
| 第十三章 电动观光车部分企业竞争力分析 | 146 |
| 第一节 苏州市益高电动车辆制造有限公司 | 146 |
| 第二节 珠海亿威电动产业股份有限公司 | 146 |
| 第三节 广州朗晴电动车有限公司 | 148 |
| 第四节 洛阳奥巴车辆科技有限公司 | 149 |
| 第五节 英格索兰CLUBCAR | 151 |
| 第六节 东风电动车辆股份有限公司 | 157 |
| 第七节 东莞绿通高尔夫观光车有限公司 | 161 |
| 第八节 厦门奇富电动车辆有限公司 | 162 |

| | |
|---------------------------|-----|
| 第九节 安徽奔特电动车科技（芜湖）有限公司 | 162 |
| 第十四章 电动观光车行业市场竞争策略分析 | 163 |
| 第一节 行业竞争结构分析 | 163 |
| 一、现有企业间竞争 | 163 |
| 二、潜在进入者分析 | 163 |
| 三、替代品威胁分析 | 163 |
| 四、供应商议价能力 | 164 |
| 五、客户议价能力 | 164 |
| 第二节 电动观光车市场竞争策略分析 | 164 |
| 一、电动观光车市场增长潜力分析 | 164 |
| 二、电动观光车产品竞争策略分析 | 165 |
| 三、典型企业产品竞争策略分析 | 166 |
| 第三节 电动观光车企业竞争策略分析 | 166 |
| 一、2019-2025年我国电动观光车市场竞争趋势 | 166 |
| 二、2019-2025年电动观光车行业竞争格局展望 | 167 |
| 三、2019-2025年电动观光车行业竞争策略分析 | 167 |
| 第十五章 电动观光车行业投资与趋势预测分析 | 169 |
| 第一节 2017年电动观光车行业投资情况分析 | 169 |
| 一、2017年总体投资结构 | 169 |
| 二、2017年投资规模情况 | 170 |
| 三、2017年投资增速情况 | 170 |
| 四、2017年分地区投资分析 | 171 |
| 第二节 电动观光车行业投资机会分析 | 171 |
| 一、电动观光车投资项目分析 | 171 |
| 二、可以投资的电动观光车模式 | 173 |
| 三、2017年电动观光车投资机会 | 173 |
| 四、2017年电动观光车投资新方向 | 174 |
| 第三节 电动观光车行业趋势预测分析 | 174 |
| 一、金融危机下电动观光车市场的趋势预测 | 174 |
| 二、2017年电动观光车市场面临的发展商机 | 175 |

第十六章 2019-2025年电动观光车行业发展趋势及行业前景调研分析 176

第一节 当前电动观光车存在的问题 176

第二节 电动观光车未来发展预测分析 177

一、中国电动观光车发展方向分析 177

二、2019-2025年中国电动观光车行业发展规模 178

三、2019-2025年中国电动观光车行业发展趋势预测 179

第三节 2019-2025年中国电动观光车行业行业前景调研分析 180

一、市场竞争风险 180

二、原材料压力风险分析 180

三、技术风险分析 180

四、政策和体制风险 181

五、外资进入现状及对未来市场的威胁 181

第四节 投资建议 181——ZYCY

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/P289412A5U.html>